

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga Keuangan merupakan badan usaha atau institusi dibidang jasa keuangan yang bergerak dengan cara menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya untuk pendanaan serta dengan mendapatkan keuntungan dalam bentuk bunga atau presentase. Lembaga Keuangan yang ada di Indonesia ada 2 jenis, yaitu Lembaga Keuangan Bank dan Lembaga Keuangan non Bank (LKBB). Koperasi Syari'ah/BMT termasuk kedalam LKBB. Sesuai peraturan LKBB yang berlaku yaitu surat Keputusan Menteri Keuangan No.38/MK/IV/1972 menjelaskan bahwa LKBB dalam peraturan tersebut mencakup seluruh lembaga/badan yang melakukan aktivitas keuangan secara langsung maupun tidak langsung, menghimpun dana dari masyarakat, menerbitkan surat – surat berharga dan menyalurkan dana..

Menurut Muhammad mengatakan *Baitul maal wa tamwil* merupakan suatu lembaga yang di dalamnya mencakup dua jenis kegiatan sekaligus yaitu kegiatan mengumpulkan dana dari berbagai sumber seperti, zakat, infaq dan shadaqah serta untuk kegiatan menyalurkan dana yang digunakan untuk mengatasi kemiskinan dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang bersumber daya manusia.¹

¹ Muhammad, *Lembaga Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), hal.59.

Lembaga *bait mal* ini berkembang bersamaan dengan adanya pengembangan masyarakat muslim dan pembentukan negara Islam oleh Rasulullah pada zaman dahulu.

Landasan keberadaan institusi keuangan publik secara normative adalah adanya anjuran al-Qur'an untuk menyantuni orang miskin secara sukarela.² Yang terdapat dalam firman Allah surat Al- Ma'arij ayat 24-25.

وَالَّذِينَ فِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ مَّعْلُومٌ ﴿٢٤﴾ لِلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ ﴿٢٥﴾

Artinya: “dan orang-orang yang dalam hartanya tersedia bagian tertentu, bagi orang (miskin) yang meminta dan orang yang tidak mempunyai apa-apa (yang tidak mau meminta)”³ (QS: Al-Ma'arij :24-25).

Dalam sistem operasionalnya *Baitul maal wa tamwil* pada prinsipnya melaksanakan fungsi dan kegiatan dalam bidang jasa keuangannya sektor riil dan sosial. Di dalam sektor riil pada dasarnya merupakan bentuk penyaluran dana *Baitul maal wa tamwil*. Penyaluran dananya ini disebut *investasi* atau penyertaan. *Investasi* yang dilakukan *Baitul maal wa tamwil* dapat dilakukan dengan mendirikan usaha baru atau masuk ke usaha yang sudah ada dengan cara membeli saham.⁴

Menurut Hilgard yang dikutip oleh Slameto, minat adalah kecendrungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Kegiatan yang diminati seseorang diperhatikan terus menerus

² *Ibid.*, hal 55-56.

³ Yasminah, *Al-Qur'an Terjemahan Dan Tafsir Untuk Wanita*, (Bandung: Jabal, 2010), hal. 569.

⁴ Muhammad, *Lembaga Ekonomi Syariah*....hal. 61.

dengan rasa senang.⁵ Di dalam sebuah pelayanan pasti terdapat dampak yang terjadi pada nasabah yaitu adanya minat yang sangat tinggi. Sehingga nasabah tidak akan ragu lagi untuk membeli produk yang dihasilkan oleh lembaga keuangan tersebut. Bahkan, nasabah yang minat itu dengan sendirinya memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh lembaga keuangan kepada nasabah lain secara sukarela dikarenakan sudah sangat nyaman dan memperoleh keuntungan dengan adanya pelayanan yang optimal tersebut. Adapun firman Allah yang menerangkan mengenai minat terdapat dalam surat Al-Maidah ayat 1 yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوفُوا بِالْعُقُودِ ۚ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَيْعَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ

عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ تَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ﴿١﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya”.⁶ (QS: Al-Maidah:1)

Ada beberapa indikator yang mempengaruhi minat nasabah yang pertama kualitas pelayanan, Menurut Gronross mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan

⁵ Ibid., hal. 57

⁶ Yasminah, *Al-Qur'an Terjemahan Dan Tafsir Untuk Wanita*, (Bandung: Jabal, 2010), hal. 106.

membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya. Oleh karena itu kualitas pelayanan didefinisikan yakni pengguna sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan bagi nasabah.⁷ jika nasabah sering kecewa terhadap pelayanan yang diberikan bank buruk, maka nasabah akan berkurang dan sebaliknya jika nasabah merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh bank maka jumlah nasabah akan semakin meningkat. Oleh karena itu, kualitas pelayanan sangat penting untuk memperoleh citra yang baik dari nasabah maupun dari bankbank lain.

Indikator minat nasabah yang kedua Bauran pemasaran, menurut Lamb, Hair, dan Mc. Daniel merupakan strategi produk, promosi, dan penentuan harga yang bersifat unik serta dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pasar yang dituju.⁸ Tanpa adanya bauran pemasaran maka kegiatan penyaluran dana dan penghimpunan dana tidak akan berjalan dengan lancar dan nasabah tidak akan pernah mengenal lembaga keuangan tersebut. oleh karena itu, bauran pemasaran sangat penting untuk menginformasikan segala jenis yang berkaitan dengan lembaga keuangan tersebut.

Selanjutnya indikator minat nasabah yang ketiga lokasi, Menurut Ratih Hurriati untuk produksi industri manufaktur place diartikan sebagai saluran distribusi (*zero channel*, *twochannel* dan *multilevel channeles*),

⁷ Christopher Lovelock, Et.al, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*, Jilid 2 Edisi Ketujuh, (Jakarta:Erlangga, 2010), hal. 154.

⁸ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integred Marketing Communication*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), hal. 21.

sedangkan untuk produk industri jasa, *place* diartikan sebagai tempat pelayanan jasa.⁹

KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri tugasnya sama-sama menghimpun dana dan menyalurkan dananya kepada masyarakat yang membutuhkan. Maka dari itu dalam operasionalnya *Baitul maal wa tamwil* memiliki strategi pemasaran yang tidak hanya dibutuhkan oleh perbankan saja. Namun juga dibutuhkan untuk kelangsungan hidup lembaga tersebut. Secara penerapan memang *Baitul maal wa tamwil* menghendaki adanya unsur bebas dari riba dan strategi pemasarannya sesuai dengan prinsip syariah yakni menciptakan keadilan. Untuk menghadapi persaingan yang sehat dibutuhkan manajemen yang handal dan mampu mengantisipasi adanya risiko pada setiap persaingan, sehingga dapat menjalankan secara efektif dan efisien. Berbagai cara unik yang dilakukan *Baitul maal wa tamwil* untuk menarik nasabah yaitu dengan menciptakan produk yang unggul dan melakukan strategi segmentasi pasar dalam kegiatan pemasarannya.¹⁰

KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar merupakan salah satu lembaga yang lahir dibawah naungan yayasan YPP DARUL HUDA. Secara resmi, Kopontren di buka dan didaftarkan ke Dapertemen Koperasi, dengan No.837/BH/II/1996, bulan juli 1996. Kopontren Al-Barkah berdiri pada tahun 1995 yang beralamat di Jl. Soekarno Hatta No.29 Gambar Wonodadi

⁹ Ratih huriyati, *Bauran Pemasaran Dal Layanan Konsumen*, (Bandung: Alfabeta. 2005), hal. 55

¹⁰ Endro Bayu Nugroho, *Pengaruh Marketing Mix (4P) Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Pada BMT Pahlawan Dan BMT Istiqomah Tulungagung*, (IAIN Tulungagung: Skripsi tidak diterbitkan, 2019). Dalam <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/> diakses 13 Maret 2020.

Blitar yang berada di pusat keramaian Desa Gambar, tepatnya di lingkungan pasar Gambar yang menjadi jantung perekonomian kecamatan Wonodadi Blitar. Dengan badan hukum BH/7987/BH/II/95. Pada awalnya Kopontren Al Barkah di didirikan untuk di jadikan tempat praktik usaha santri. Sekarang jumlah nasabah yang ada di KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar sudah mengalami peningkatan yang cukup drastis dari tahun ke tahun, terhitung dari tahun 2020 pangsa pasar *Baitul maal wa tamwil* mencapai 687 nasabah.

Sedangkan BMT Rahmat Semen Kediri merupakan salah satu dari sekian banyak lembaga keuangan mikro syari'ah di Indonesia yang berdiri pada tanggal 01 Agustus 2003. Dengan tujuan untuk membantu dalam peningkatan taraf hidup masyarakat khususnya dalam bidang ekonomi. Rasa keprihatinan kondisi ekonomi dan tuntutan masyarakat terhadap perbaikan sistem ekonomi merupakan landasan ideal pendirian lembaga keuangan mikro syari'ah. Sekarang jumlah nasabah yang ada di BMT Rahmat Semen Kediri mengalami peningkatan yang cukup drastis dari tahun ke tahun terhitung dari tahun 2020 dengan pangsa sasaran nasabah sudah mencapai 1043 orang.

Tabel 1.1

**Data nasabah KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT
Rahmat Semen Kediri**

No.	Nama Koperasi	Jumlah Nasabah		
		2018	2019	2020
1	Kopontren Al-Barkah	495	584	687
2	BMT Rahmat	689	870	1042

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, bauran pemasarandan lokasi terhadap minat menabung tabungan *mudharabah*. Apakah di dalam kualitas pelayanan pada saat ini cukup mampu menarik nasabah, sehingga penulis mencoba menganalisis minat nasabah di KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri dengan variabel kualitas pelayanan, bauran pemasaran dan lokasi terhadap minat menabung tabungan *mudharaba* melalui sebuah penelitian dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan, bauran pemasarandan lokasi terhadap minat menabung tabungan *mudharabah* di KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri”.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini dbertujuan agar pembahasannya lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang akan dicapai yaitu terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan, bauran pemasaran dan lokasi terhadap minat menabung tabungan *mudharabah* di KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri. Adapun identifikasikan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung tabungan *mudharabah*.
2. Pengaruh bauran pemasaran terhadap minat menabung tabungan *mudharabah*.
3. Pengaruh lokasi terhadap minat menabung tabungan *mudharabah*.

4. Pengaruh kualitas pelayanan, bauran pemasaran dan lokasi terhadap minat menabung tabungan *mudharabah*.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung tabungan *mudharabah* di KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri?
2. Apakah variabel bauran pemasaran berpengaruh terhadap minat menabung tabungan *mudharabah* di KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri?
3. Apakah variabel lokasi berpengaruh terhadap minat menabung tabungan *mudharabah* di KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri?
4. Apakah variabel kualitas pelayanan, bauran pemasaran dan lokasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat menabung tabungan *mudharabah* di KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri?

D. Tujuan Penelitian

Melihat uraian pada latar belakang masalah dan pertanyaan penelitian diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap minat menabung tabungan *mudharabah* di KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri.
2. Untuk menguji pengaruh variabel bauran pemasaran terhadap minat menabung tabungan *mudharabah* di KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri.
3. Untuk menguji pengaruh variabel lokasi terhadap minat menabung tabungan *mudharabah* di KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri.
4. Untuk menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan, bauran pemasaran dan lokasi secara bersama-sama terhadap minat menabung tabungan *mudharabah* di KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Dalam penelitian ini peneliti mengharapkan hasil penelitian mampu memberikan manfaat ataupun informasi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang kualitas pelayanan, bauran pemasaran dan lokasi yang diterapkan oleh Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri dengan strategi pemasaran untuk mengembangkan produk yang dimiliki oleh Koperasi tersebut. Selain itu penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi penelitian tindakan lebih lanjut dan mendalam tentang permasalahan sejenis.

2. Secara Praktis

a. Bagi Koperasi

Hasil penelitian ini diharapkan Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri bisa lebih efektif lagi dalam memasarkan produk, harga, tempat, dan promosi khususnya dalam bidang kualitas pelayanan, bauran pemasaran dan lokasi dengan strategi-strategi marketing yang baru dan berbeda dengan yang lain agar banyak masyarakat yang tertarik dan berminat untuk bergabung menjadi anggota di Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri.

b. Bagi Nasabah dan Investor

Bagi nasabah dan investor, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi ketika nasabah dan investor memilih produk koperasi. Sehingga nasabah dan investor mempunyai gambaran tentang bagaimana kondisi lembaga keuangan mikro yang dapat menguntungkan mereka.

c. Bagi Akademis

Bagi akademis peneliti mengharapkan bahwa hasil penelitian ini bisa bermanfaat untuk pengembangan keilmuan khususnya di bidang keuangan Syari'ah, juga bisa dijadikan bahan referensi bacaan bagi mahasiswa, sehingga dalam melakukan penelitian mahasiswa tidak kebingungan mencari referensi yang sedang diteliti.

d. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan penelitian ini mampu menjadi sebuah referensi atau acuan untuk penelitian selanjutnya yang sejenis dengan variabel dan analisis yang berbeda, sehingga hasil penelitian lebih bervariasi, dan menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik lagi.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup dan keterbatasan penelitian dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan batasan masalah dalam penelitian, agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas dan multi tafsir sehingga pembahasan menjadi lebih terarah. Adapun ruang lingkup dan keterbatasan penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini menggunakan variabel independen atau variabel bebas (X) dan variabel dependen (Y) atau variabel terikat. Variabel independen atau variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X_1), bauran pemasaran (X_2) dan lokasi (X_3). Sedangkan variabel dependen atau variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat menabung tabungan *mudharabah* (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah Anggota KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri. Responden

dalam penelitian ini adalah anggota yang ada di Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri.

2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian diperlukan untuk mempermudah pembatasan dengan jelas. Sehingga tidak menyimpang dari tujuan yang dikehendaki. Maka keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini hanya meneliti anggota yang ada di KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Kediri.
- b. Pengaruh kualitas pelayanan, bauran pemasaran dan lokasi terhadap minat menabung tabungan *mudharabah* di KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri.
- c. Responden penelitian adalah anggota di KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri.

G. Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini penegasan istilah terdiri dari dua, antara lain penegasan konseptual dan penegasan operasional. Adapun definisi konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual
 - a. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia,

- pengaruh berarti daya kekuatan yang datang dari keadaan di sekelilingnya.¹¹
- b. Gronross mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya. Oleh karena itu kualitas pelayanan didefinisikan yakni pengguna sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.¹²
 - c. Menurut Lamb, Hair, dan Mc. Daniel Bauran pemasaran merupakan strategi produk, promosi, dan penentuan harga yang bersifat unik serta dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pasar yang dituju.¹³
 - d. Lokasi menurut
 - e. Menurut Hilgard yang dikutip oleh Slameto, minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Kegiatan yang diminati seseorang diperhatikan terus menerus dengan rasa senang.¹⁴
 - f. Tabungan *Mudharabah* merupakan tabungan yang dilaksanakan berdasarkan akad *Mudharabah* berdasarkan waktu yang telah ditentukan telah tiba.¹⁵

2. Definisi Operasional

Definisi operasional yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu

¹¹ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam* <https://kkbi.web.id/> diakses 10 Desember 2020 pukul 15:00

¹² Christopher Lovelock, Et.al, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*, Jilid 2 Edisi Ketujuh, (Jakarta: Erlangga, 2010), hal. 154.

¹³ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integred Marketing Communication*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), hal.21.

¹⁴ Ibid., hal. 57

¹⁵ Yazid Afandi, *Fiqh Muamalah...*, hal.64

definisi variabel secara operasional, secara praktik, secara riil, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian/obyek yang diteliti. Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji adanya pengaruh kualitas pelayanan, bauran pemasaran dan lokasi terhadap minat menabung tabungan *mudharabah* di KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri. Merupakan definisi yang didasarkan pada sifat-sifat hal yang didefinisikan serta dapat diamati. Secara tidak langsung itu akan merujuk pada alat pengambilan data yang cocok untuk digunakan.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam upaya mempermudah pemahaman yang berkaitan dengan pembahasan tema skripsi ini, maka perlu adanya sistematika pembahasan yang jelas. Berikut ini dikemukakan pokok-pokok masalah dalam skripsi ini. Sistematika penelitian ini tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan akhir penelitian. Bagian awal memuat sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan penguji, halaman pernyataan keaslian, motto, halaman persembahan, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

Adapun bagian isi, penelitian terdiri dari enam bab, yaitu:

BAB I Pendahuluan, berisi uraian mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian,

kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika skripsi.

BAB II Landasan Teori, memuat uraian tentang teori-teori yang membahas teori tentang pemasaran, kualitas pelayanan, bauran pemasaran, lokasi, minat menabung tabungan *mudharabah*, hasil dari kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III Metode Penelitian, bab ini membahas mengenai pendekatan penelitian dan jenis penelitian, populasi sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian.

BAB IV Hasil penelitian, berisi tentang gambaran umum objek penelitian meliputi sejarah, profil lembaga, letak lokasi, struktur organisasi, dan pegawai-pegawai yang ada di KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri, dan pengujian hipotesis serta temuan penelitian meliputi pengaruh kualitas pelayanan, bauran pemasaran dan lokasi terhadap minat menabung tabungan *mudharabah*.

BAB V Pembahasan hasil penelitian yang memuat keterkaitan antara temuan penelitian dengan teori-teori besar yang diuraikan di landasan teori.

BAB VI Penutup, dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dan saransaran.

Bagian akhir dilengkapi dengan Daftar Pustaka, Lampiran-Lampiran, Surat Pernyataan Keaslian Skripsi, dan Daftar Riwayat Hidup.